

**ANALISIS MAKNA SLOGAN PONSEL SAMSUNG GALAXY PADA
IKLAN KOREA: KAJIAN SEMANTIK**



SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Bahasa Korea

Oleh:

Nuryani

2009925

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA KOREA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**ANALISIS MAKNA SLOGAN PONSEL SAMSUNG GALAXY PADA
IKLAN KOREA: KAJIAN SEMANTIK**

Oleh:

Nuryani
2009925

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Bahasa Korea

© NURYANI 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

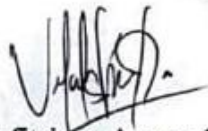
Nuryani

2009925

**ANALISIS MAKNA SLOGAN PONSEL SAMSUNG GALAXY PADA
IKLAN KOREA: KAJIAN SEMANTIK**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Dosen Pembimbing I,



Velayati Nurfitriana Ansas, S.Pd., M.Pd.

NIPT. 920160119890610201

Dosen Pembimbing II,



Jayanti Megasari, S.S., M.A.

NIPT. 920200419920716201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea,



Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT.

NIPT. 920160119760228101

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

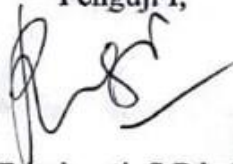
Nuryani

2009925

ANALISIS MAKNA SLOGAN PONSEL SAMSUNG GALAXY PADA IKLAN KOREA: KAJIAN SEMANTIK

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh:

Penguji I,



Risa Triarisanti, S.Pd., M.Pd.

NIPT. 920160119780419201

Penguji II,



Arif Husein Lubis, S.Pd., M.Pd.

NIPT. 920200419940207101

Penguji III,



Ashanti Widyana, S.Hum., M.A.

NIPT. 920200419940427201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea,



Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT.

NIPT. 920160119760228101

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuryani
NIM : 2009925
Program Studi : Pendidikan Bahasa Korea
Judul Karya : Analisis Makna Slogan Ponsel Samsung Galaxy
Pada Iklan Korea: Kajian Semantik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, 11 Agustus 2025

Pembuat Pernyataan,



Nuryani
NIM 2009925

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Makna Slogan Ponsel Samsung Galaxy pada Iklan Korea: Kajian Semantik”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Bahasa Korea di Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada Ibu Velayati Nurfitriana Ansas, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing pertama dan Ibu Jayanti Megasari, S.S., M.A. selaku dosen pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing kedua yang telah banyak membimbing dan memberi arahan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga banyak dibantu oleh beberapa pihak hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran yang membangun demi membentuk penelitian yang lebih baik dan menambah karya penelitian selanjutnya. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih.

Bandung, 08 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan,



Nuryani

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, juga selawat serta salam senantiasa tercurah limpah kepada junjungan alam nabi Muhammad SAW kepada keluarganya hingga seluruh umatnya sampai akhir zaman. Atas berkat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Makna Slogan Ponsel Samsung Galaxy pada Iklan Korea: Kajian Semantik”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Bahasa Korea, Fakultas Pendidikan Bahasa Korea di Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada keluarga penulis yang dicintai yaitu Ayahanda dan Ibunda, serta adik penulis yang selalu mendoakan, mendukung dan memberi semangat kepada penulis. Dengan penuh tulus dan kerendahan hati, penulis juga mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

- 1) Bapak Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta wakil Rektor dan seluruh jajarannya;
- 2) Ibu Prof. Dr. Tri Indri Hardini, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra beserta para wakil Dekan dan seluruh jajarannya;
- 3) Bapak Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea Universitas Pendidikan Indonesia;
- 4) Ibu Velayati Nurfitriana Ansas, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, bantuan dan ilmunya untuk membimbing penulis hingga skripsi ini selesai;
- 5) Ibu Jayanti Megasari, S.S., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktu, bantuan, dukungan dan ilmunya untuk membimbing penulis selama masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;

- 6) Bapak Arief Husein Lubis, S.Pd., M.Pd., selaku Dosen semasa perkuliahan dan validator abstrak bahasa Inggris pada skripsi ini;
- 7) Ibu Risa Triarisanti, S.Pd., M.Pd., Ibu Asma Azizah, S.S., M.A., Ibu Ashanti Widyana, S.Hum., M.A., dan seluruh bagian tenaga pengajar Program Studi Pendidikan Bahasa Korea Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memberi begitu banyak bantuan serta ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan;
- 8) Ibu Teja Mustika, S.Ak. dan Bapak Asep Ahmad Suja'i, M.Pd. selaku Staf Administrasi Akademik Program Studi Pendidikan Bahasa Korea yang telah banyak membantu penulis dalam administrasi perkuliahan;
- 9) Seluruh teman mahasiswa Pendidikan Bahasa Korea Angkatan 2020 yang telah berjuang bersama penulis dalam perkuliahan;
- 10) Keluarga sekaligus sahabat tercinta penulis yaitu Susi Susanti, Rika Aryawati Ningrum, dan Widya Nur Fauliah yang selalu hadir bersama penulis, serta memberikan doa, dukungan, semangat, dan tempat berbagi cerita;
- 11) Nanda Nurul Ramadhina selaku teman dan sahabat penulis yang bersama dan membantu banyak penulis selama masa SMA hingga saat ini;
- 12) Annisa Nur Assyfa, Cantika Andriana, Irsalina Nuril Salsabila, selaku teman dan sahabat SMA penulis yang selalu bersama dan menyemangati penulis;
- 13) Alfira Faza Aprilia, Denissa Putri Indrajaya, Indri Setiyani, dan Prinda Reviana selaku teman dan sahabat perjuangan masa perkuliahan penulis;
- 14) Auridhalia, Elsa Aflyana Irene, Senja Ahyatullah Mulia, dan Novyana Dewi Fatimah selaku teman perjuangan penulis dalam mempersiapkan hingga menyelesaikan sidang skripsi ini;
- 15) Para member BTS, TXT, dan ENHYPEN yang telah banyak mewarnai kehidupan penulis serta memberikan banyak inspirasi, motivasi, semangat dan hiburan melalui karyanya kepada penulis;
- 16) Japan Family dan Ria SW yang banyak memberikan hiburan dan menemani penulis melalui berbagai kontennya;

- 17) Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberi dukungan hingga skripsi ini selesai;
- 18) Nuryani selaku penulis sendiri, mengucapkan terima kasih banyak selalu berjuang dan bertahan kuat hingga bisa sampai dititik skripsi ini selesai, serta selalu berusaha melakukan yang terbaik hingga saat ini.

Bandung, 08 Agustus 2025



Nuryani

ABSTRAK

Penggunaan bahasa seperti makna dalam slogan iklan dapat mempengaruhi penonton karena disampaikan secara persuasif, seperti halnya pada iklan Korea terkait slogan Samsung Galaxy. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis slogan yang digunakan dalam iklan ponsel Samsung Galaxy dengan mendeskripsikan makna yang terkandung di dalamnya. Pada penelitian ini, menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi dan menjelaskan 26 data makna dalam slogan yang ingin disampaikan. Teori yang digunakan pada penelitian adalah (Leech, 2003) yang mengklasifikasikan makna dalam 7 jenis diantaranya konseptual, konotatif, kolokatif, afektif, reflektif, tematik, dan sosial. Hasil dari penelitian ini ditemukan 4 jenis makna, terdiri dari 4 makna konseptual, 17 makna konotatif, 4 makna afektif, dan 1 makna tematik. Makna yang dominan muncul adalah makna konotatif karena dalam slogan yang ditemukan banyak mengandung makna penyiratan, hal ini guna membangun daya tarik konsumen (bersifat persuasif). Diikuti makna konseptual, afektif dan tematik karena mengandung penyampaian informasi, makna pencerminan perasaan, serta pengaruh fokus dan penekanan pesan yang disampaikan.

Kata kunci: iklan, makna, ponsel, semantik, slogan

ABSTRACT

The use of language such as meaning in advertising slogans can effect consumers as it is delivered persuasively, as is the case with Korean ads related to Samsung Galaxy slogans. This study aims to analyze the slogans used in Samsung Galaxy phone advertisements by describing the meanings embedded within them. A qualitative descriptive method is employed to identify and explain the 26 meaning units conveyed by the slogans. The theoretical framework is based on (Leech, 2003), who classifies meaning into 7 categories: conceptual, connotative, collocative, affective, reflective, thematic, and social. The results reveal four types of meaning: 4 conceptual meanings, 17 connotative meanings, 4 affective meanings, and 1 thematic meaning. The dominant meaning is connotative, because the examined slogans contain many figurative (metaphorical) elements; this serves to create consumer appeal (i.e., they are persuasive). Conceptual, affective, and thematic meanings follow, as they involve the transmission of factual information, the reflection of emotions, and the focus and emphasis of the message, respectively.

Keywords: advertising, meaning, phone, semantics, slogan

초록

본 연구는 광고 슬로건에서 사용되는 의미 설득력 있게 전달되어 시청자에게 영향을 미칠 수 있다는 점에 주목하였다. 예를 들어, 삼성 갤럭시 관련 한국 광고의 슬로건이 그 대표적인 사례이다. 본 연구의 목적은 삼성 갤럭시 핸드폰 광고에서 사용된 슬로건을 분석하고 그 의미론 의미를 파악하는 것이다. 이를 위해 본 연구에서는 전달하고자 하는 슬로건에서 26 가지 의미 자료를 식별하고 설명하기 위해 질적 기술 방법을 사용하였다. 연구에 사용된 이론은 (Leech, 2003) 개념적, 내포적, 배열적, 감정적, 반사적, 주제적, 사회적 7 가지 유형으로 의미를 분류한 것이다. 본 연구의 결과는 개념적 의미 4 가지, 내포적 의미 17 가지, 감정적 의미 4 가지, 주제적 의미 1 가지로 구성된 4 가지 의미를 찾아냈다. 지배적인 의미는 암시적 의미입니다. 왜냐하면 슬로건에는 내포된 의미가 많이 포함되어 있기 때문입니다. 이것은 소비자의 매력을 구축하기 위한 것입니다(설득력). 정보 전달이 포함되기 때문에 개념적, 정서적, 주제적 의미가 뒤따르며, 감정 반영의 의미, 전달된 메시지의 초점 및 억제의 영향도 포함된다.

주제어: 광고, 슬로건, 핸드폰, 의미, 의미론

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
초록	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Semantik.....	8
2.2 Makna.....	9
2.3 Iklan.....	12
2.4 Slogan.....	16
2.5 Penelitian Terdahulu.....	17
2.6 Kerangka Berpikir	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Data dan Sumber Data.....	23
3.3 Instrumen Penelitian.....	29

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Teknik Analisis Data.....	30
3.6 Keabsahan Data (Validitas Data).....	34
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Temuan	35
4.2 Pembahasan.....	37
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Data dan Sumber Data Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Contoh Analisis Makna.....	33
Tabel 4.1 Data1 Makna Konseptual (<i>Conceptual Meaning</i>).....	38
Tabel 4.2 Data2 Makna Konseptual (<i>Conceptual Meaning</i>).....	39
Tabel 4.3 Data3 Makna Konseptual (<i>Conceptual Meaning</i>).....	40
Tabel 4.4 Data1 Makna Konotatif (<i>Connotative Meaning</i>).....	42
Tabel 4.5 Data2 Makna Konotatif (<i>Connotative Meaning</i>).....	43
Tabel 4.6 Data3 Makna Konotatif (<i>Connotative Meaning</i>).....	45
Tabel 4.7 Data1 Makna Afektif (<i>Affective Meaning</i>).....	47
Tabel 4.8 Data2 Makna Afektif (<i>Affective Meaning</i>).....	48
Tabel 4.9 Data3 Makna Afektif (<i>Affective Meaning</i>).....	50
Tabel 4.10 Data1 Makna Tematik (<i>Thematic Meaning</i>).....	52

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Berpikir.....	21
3.1 Bagan Desain Penelitian.....	23
3.2 Tahapan Analisis Data Model Miles dan Huberman.....	31
4.1 Diagram Makna.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Validasi Abstrak Bahasa Inggris.....	59
Lampiran 2. Validasi Abstrak Bahasa Korea.....	60
Lampiran 3. Validasi <i>Expert Judgement</i>	61
Lampiran 4. Validasi Isi Temuan dan Pembahasan.....	62
Lampiran 5. Matriks Hasil Penelitian.....	63

DAFTAR PUSTAKA

- Adiiba, L. K. (2023). *Perbandingan Kalimat Persuasif Pada Iklan Kosmetik Korea Dan Iklan Kosmetik Indonesia: Analisis Kontrastif*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. doi: <http://repository.upi.edu/id/eprint/96124>
- Adil. (2023). *Menguak Strategi Pemasaran Samsung Untuk Menjadi Nomor 1 Di Industri Teknologi*. Bithour Production. <https://bithourproduction.com/blog/menguak-strategi-pemasaran-samsung/>
- Affifa, R. (2022). *Makna Asosiatif Dalam Lirik Lagu Boygroup SEVENTEEN: Kajian Semantik*. Diploma thesis, Universitas Nasional. doi: <https://repository.unas.ac.id/id/eprint/5357>
- Amanah, F. (2022). *The Meaning Of The Use Adidas Slogans A Semantics Study*. The Gist: Jurnal Sastra dan Bahasa, Vol 5, No. 1. doi: <https://doi.org/10.53675/gist.v5i1.355>
- Arsyad, Huzaefah, dkk. (2020). *Makna Konseptual Dan Makna Asosiatif Narasi Iklan Rokok Di Televisi*. Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya, Vol 4, No 2.
- Chasandra, L. M. (2016). *Jenis Makna Dalam The Book Of Proverbs*. Manado: Neliti Journals. doi: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jefs/issue/view/1395>
- Devi, M. R. (2025). *Analisis Makna Istilah pada Takarir Unggahan Online Shop di Instagram Indonesia*. S1 thesis, Universitas Ahmad Dahlan. doi: <http://eprints.uad.ac.id/id/eprint/82973>
- Dewi, G. T. (2022). *Strategi persuasif dalam iklan produk L'oreal Paris*. Franconesia, Vol 1, No. 1. doi: <https://doi.org/10.21009/franconesia.11.5>
- Dewi, R. K. (2023, Desember 27). *Pengertian, Jenis, Tujuan dan Fungsi dari Iklan*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/12/27183000069/pengertian-jenis-tujuan-dan-fungsi-dari-iklan>
- Fajriani, N. (2016). *Analisis Makna Slogan Iklan Rokok di Kota Mataram*. Skripsi. Mataram: Progam Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia dan Daerah, Fakultas FKIP, Universitas Mataram.
- Ginting, H & Ginting, A. (2019). *Beberapa Teori Dan Pendekatan Semantik*. Pendidikan Bahasa Indonesia dan Sastra (Pendistra), 2(2), 71-78. doi: <https://ejournal.ust.ac.id/index.php/PENDISTRA/article/view/594>
- Haryani, H, dkk. (2020). *The Study Of Associative Meaning In The Slogan Of Skincare Advertisement*. Jurnal Universitas Sebelas Maret: Prosiding

- Semantiks. doi: <https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks/article/view/45041>
- Krisanjaya. (2016). *Linguistik Bandingan*. Tangerang Selatan: Perpustakaan Digital Universitas Terbuka. doi: <https://pustaka.ut.ac.id/lib/pbin4432-linguistik-bandingan/>
- Kristo, F. Y. (2016, Juni 16). *Kisah di Balik Agresifnya Iklan Samsung*. Detikinet. <https://inet.detik.com/consumer/d-3234743/kisah-di-balik-agresifnya-iklan-samsung>
- Leech, G. (1974). *Semantics*. (Partana, P, Terjemahan). 2003. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lina, L & Damayanti, R. (2021). *Makna Slogan “We’ll Take Care Of You Wherever You Are” Pada Iklan Samsung India*. WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, Volume 20, No.2. doi: <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1537>
- Mahadi, M & Zunaidi, N. A. (2021). *Analisis Kata Pikat Dalam Media Sosial: Satu Kajian Semantik*. Jurnal Bahasa, 21(1), 129-162. doi: [https://doi.org/10.37052/jb21\(1\)no7](https://doi.org/10.37052/jb21(1)no7)
- Mirzanty, N. (2023). *Makna Leksikal Pada Slogan Iklan Rokok Di Televisi (Kajian Semantik)*. Deiksis, Vol 15, No 2. doi: <http://dx.doi.org/10.30998/deiksis.v15i2.17012>
- Munifah, A. (2023). *Makna Asosiatif Pada Lirik Lagu Hello Future Karya NCT Dream: Kajian Semantik*. Diploma thesis, Universitas Nasional. doi: <https://repository.unas.ac.id/id/eprint/6793>
- Najamudin & Putra, E. (2022). *Penggunaan Bahasa Iklan Dalam Promosi Desa Wisata Di Kabupaten Sumbawa Provinsi Nusa Tenggara Barat*. Mandalanursa, Vol 6, No 3. doi: <http://dx.doi.org/10.58258/jisip.v6i3.3645>
- Nielsen. (2023). *Pembela iklan terbesar di Korea Selatan untuk paruh pertama tahun 2023 terungkap dalam laporan Nielsen Ad Intel terbaru*. <https://www.nielsen.com/id/news-center/2023/south-koreas-biggest-advertising-spanders-for-the-first-half-of-2023-revealed-in-latest-nielsen-ad-intel-report>
- Permata, N. D. (2024). *Notifikasi Rilis Cerita Komik Digital Pada Aplikasi Naver Webtoon (Analisis Gaya Bahasa, Makna dan Fungsi)*. Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. doi: <http://repository.upi.edu/id/eprint/117214>
- Rachmadani, N. L. (2022). *JENIS MAKNA PADA LIRIK LAGU “NEW KIDS REPACKAGE : THE NEW KIDS” (2019) KARYA IKON [Teori Makna Geoffrey Leech 1981]*. Diploma thesis, Universitas Nasional. doi: <http://repository.unas.ac.id/id/eprint/5330>

- Ramdani, A. W. (2022). *Makna Asosiatif Dalam Kumpulan Lagu DEWA 19: Kajian Semantik*. Jurnal Bapala, Vol. 9 No. 10.
- Riadi, M. (2020, September 26). *Iklan dan Periklanan (Pengertian, Fungsi, Sifat, Jenis dan Daya Tarik)*. Kajianpustaka. <https://www.kajianpustaka.com/2020/09/iklan-dan-periklanan-pengetahuan-fungsi.html>
- Salsabilla, Y, dkk. (2023). *Pengaruh Penggunaan Slogan Pada Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Teh Botol Sosro Dengan Mediasi Kesadaran Merek*. Jekombis, Vol 2, No 4. doi: <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i4.2594>
- Sari, dkk. (2023). *Gaya Bahasa dan Makna Slogan Covid-19 pada Akun Instagram @satgascovid19.id dan @pandemictalks (Kajian Semantik)*. Ilmu Budaya: Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, dan Budaya, Volume 7, No. 2. doi: 10.30872/jbssb.v7i2.9356
- Siregar, F. (2016). *Pengaruh Periklanan (Advertising) Dan Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Medan Area*. Medan: Digital Repository Universitas Medan Area. doi: <https://repository.uma.ac.id/handle/123456789/11908>
- Sumilat, J. (2015). *Makna Slogan Dalam Iklan Elektronik Berbahasa Inggris Pada Majalah Berbahasa Indonesia*. Skripsi. Manado: Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sam Ratulangi. doi: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jefs/issue/view/1082>
- Susida, I. S & M.M, Rohmani. (2020). *Modul Pembelajaran Jarak Jauh Pada Masa Pandemi Covid-19 Untuk Jenjang SMP Semester Genap Bahasa Indonesia Kelas VIII*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. doi: <http://ditsmp.kemdikbud.go.id/modul-pjj-bahasa-indonesia-kelas-8-semester-genap/>
- Syafitri, N. (2021). *Gaya Bahasa, Makna, Dan Fungsi Dalam Slogan Iklan Minuman Korea*. Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia. doi: <http://repository.upi.edu/id/eprint/60486>
- Thabroni, G. (2021). *Semantik: Pengertian, Jenis, Manfaat, Analisis Makna, dsb*. Serupa. <https://serupa.id/semantik-pengertian-jenis-manfaat-analisis-makna-dsb/>
- Ubaidillah. (2021). *Teori-Teori Linguistik*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. doi: <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/57346>
- Zahraniyah, I, dkk. (2023). *Analisis Makna Konotatif Pada Slogan-Slogan di MAN 2 Jakarta*. Journal Unja: Kajian Linguistik dan Sastra, Vol 2 No. 3. doi: <https://doi.org/10.22437/kalistra.v2i3.26579>